

HOKKAIDO & NIPPONHAM

北海道とニッポン火腿グループ

地域ブランド調査で14年連続1位を誇る北海道。広大な自然に恵まれたこの地に、500以上あるニッポン火腿グループ全拠点の約2割が集結しています。球団が北海道に移転するずっと前の1961年から、豚や鶏を育て、またそれらを原料とした精肉や加工食品を生産し、道内はもとより、日本各地へたんぱく質を供給し続けています。

豊かな自然の恵みをいただきながら、生産から販売まで一貫して行うバーティカル・インテグレーション・システムと、グループ会社間の連携により、これからもたんぱく質の安定供給に努めるとともに、さまざまなパートナーとの共創を広げていきます。

1 ハム・ソーセージの基幹工場

日本火腿北海道ファクトリー(株)

60年にわたってハム・ソーセージを供給しています。2021年5月には年間生産能力5,000トンの新工場として旭川工場を設立しました。2023年からは北海道産豚肉を使用したギフト「美ノ国」を製造し、全国に届けています。



2 処理工場

日本フードパッカーグループ

道東、道南、青森、津軽、四国、川棚、諫早と全国7工場、牛・豚の処理を行っています。そのうち北海道は牛で約5割、豚で約3割を占めています。



2024年に開設予定の新道南工場

3 養豚農場

日本クリーンファームグループ

知床、道南、東北、九州と全国4エリアで展開し、40年以上にわたり豚を飼育・生産しています。生産量は国内最大規模で、年間約60万頭を出荷しています。そのうち北海道は約5割を占めています。



4 販売会社

東日本フード(株)

1977年から食肉の販売を手掛けており、北海道と東北合わせて23事業所を展開しています。北海道におけるシェアは3割超とトップとなっています。

5 養鶏事業

日本ホワイトファームグループ

40年以上前から当社グループの養鶏事業を担い、自社および委託農家含め年間約7,200万羽分の国産鶏肉を出荷しています。札幌、知床、のほか、青森、宮崎、新潟の全5事業所を展開しています。



6 球団

「北海道日本火腿ファイターズ」

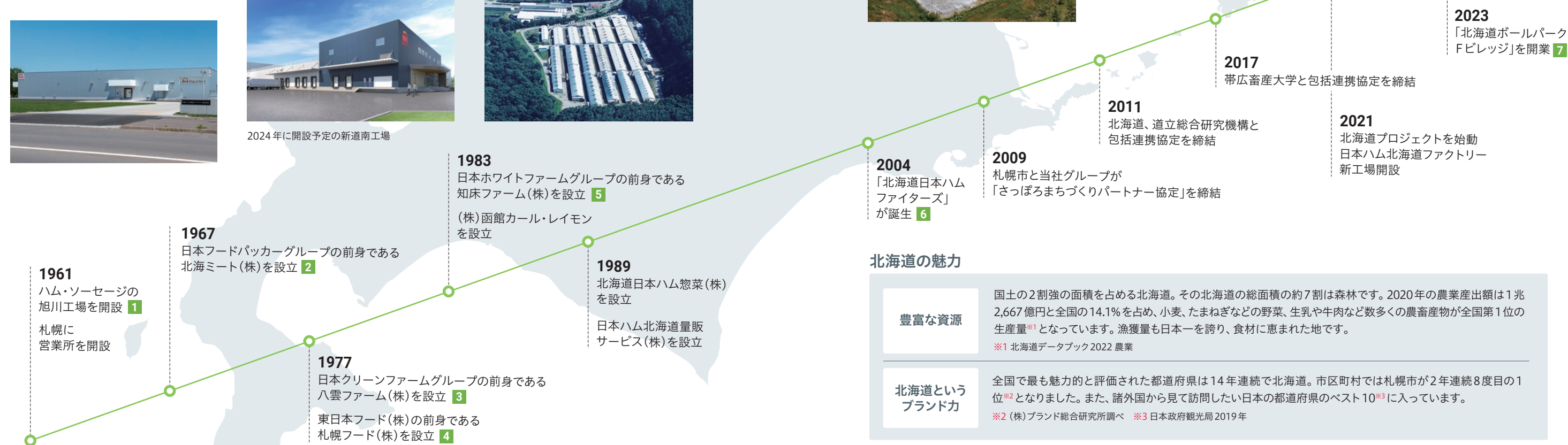
食とスポーツでの社会貢献を目的に、前身となるプロ野球球団「日本火腿ファイターズ」を1973年に設立。2004年に「北海道日本火腿ファイターズ」が誕生しました。地域社会の一員として、地域社会との共生を図り、「スポーツと生活が近くにある社会=Sports Community」を企業理念に掲げ、その実現を目指しています。野球だけでなく健康増進や地域課題解決などにも取り組みを広げています。



7 エンターテインメント施設

「北海道ボールパークFビレッジ」

新球場「ES CON FIELD HOKKAIDO」を中心に水辺や芝生が広がり、宿泊施設や認定こども園などもある街のような空間です。産官学のさまざまなパートナーとの共創によって2023年3月に開業し、北海道の新たなシンボルとして、さらなる進化、発展を目指します。



北海道の魅力

豊富な資源

国土の2割強の面積を占める北海道。その北海道の総面積の約7割は森林です。2020年の農業産出額は1兆2,667億円と全国の14.1%を占め、小麦、たまねぎなどの野菜、生乳や牛肉など数多くの農畜産物が全国第1位の生産量※1となっています。漁獲量も日本一を誇り、食材に恵まれた地です。

※1 北海道データブック2022 農業

北海道というブランドカ

全国で最も魅力的と評価された都道府県は14年連続で北海道。市区町村では札幌市が2年連続8度目の1位※2となりました。また、諸外国から見て訪問したい日本の都道府県のベスト10※3に入っています。

※2 (株)ブランド総合研究所調べ ※3 日本政府観光局2019年

北海道における共創を目指して

北海道における取り組みをさらに強化し、地域に貢献していきます

当社グループは、これまで60年以上にわたり北海道の地で事業を営み、たんぱく質の安定供給という役割を果たしてきました。また、地元の皆様、行政、「北海道日本ハムファイターズ」を応援してくださるファンの方々など、多くのステークホルダーの皆様と緊密な関係を築いてきました。

2023年3月の「北海道ボールパークFビレッジ」の開業を機に、「Vision2030」“たんぱく質を、もっと自由に。”の実現に向け、北海道における取り組みをさらに強化しながら、北海道ブランドの価値を国内外に発信し、「共創共栄」を図り、地域に貢献できるよう、継続的に取り組んでいきます。



執行役員
経営企画部
スポーツ事業推進部担当
藤原 寛英

「行楽地化」と「街化」を掛け合わせた新たなモデル(街)づくりに挑戦

「北海道ボールパークFビレッジ」は、産官学のさまざまなパートナーシップによって誕生した共同創造空間です。「野球場を核とした施設から、野球もある施設へ」をコンセプトとし、パートナーとともに、野球とほかの事業・マーケットとの掛け合わせによる「新たなコミュニティの創出」を目指しました。当社グループの事業としても、これまでの「ス

ポーツ事業のみ」から「リアルなプラットフォーム事業」への発展を目指しています。

2024年には、シニアレジデンスやメディカルモールも開業する予定です。今後は、産官学の連携をより深化させ、企業や大学誘致なども積極的に推進し、行楽地化と街化を掛け合わせた「新たなモデル(街)」へと進化させていきます。

産官学さまざまな「パートナーシップ」による「持続可能なまちづくり」を目指す。特に、将来を担う「子ども」の多様な選択肢と成長に寄与する活動に注力



- 小学生以下のエスコンフィールド入場無料化
- さまざまな年齢の子どもが安全に遊べるエリアを球場内外に設置、育成プログラムも整備
- 地域社会課題を学ぶ場や職業体験の場(球団事業、試合運営の疑似体験など)の提供
- さまざまな食育活動 など



- 有事の際の防災拠点、地域の広域避難場所としての機能保有
- 子どもから大人まで、あらゆる世代の人々が集い交流する空間、コミュニティ育成の場の整備
- EVバスを活用した拠点間輸送の整備
- 施設内作業車両にEVを積極導入



- 行政機関・圏域自治体・企業・学識経験者が一体となった「オール北海道ボールパーク連携協議会」のテーマ別分科会による課題解決推進
- 産官学隔たりなく、連携・協業し、汎用型価値創出を目指した事業の推進



- 多様性を尊重した雇用の創出
- 柔軟な働き方の実践
- 効率的なエネルギーの活用
- Fビレッジ内全エリアでの分煙ほか さまざまな取り組みを模索

スポーツコミュニティ実現に向けた支援

「北海道日本ハムファイターズ」は、企業理念「Sports Community」実現に向け、スポーツを取り巻く環境だけでなく、生活・地域環境において、持てる資源やノウハウを活用し、次世代を担う青少年の育成、健やかな社会の実現のため、「Sports Community (SC) 活動」を推進しています。2009年に「ファイターズ基金」を設立し、販売するチケット・グッズなどの売上の一部や、チャリティオークションの収益を基金として積み立て、「スポーツ」「自然」「生活」分野への支援を行っています。



「ファイターズ基金」からの寄付で少年野球場を修繕、整備していく「ダイヤモンド・ブラッシュ」プロジェクトを2019年から継続

日々の食卓を支えるインフラとして機能

全国の日本ホワイトファームグループから出荷される国産鶏肉のうち、北海道からの出荷は約4割を占めています。また当社のブランドである国産鶏肉「桜姫®」においても、北海道からの出荷は約3割を占めています。国産豚肉については、全国にある日本クリーンファームグループからの出荷のうち、北海道は約5割を占めています。販売会社である東日本フード(株)では、日々の食を支えるインフラとして、牛・豚・鶏を中心に幅広い畜種の食肉を取り扱い、北海道内の量販店や外食店などに届けています。

また、2023年から、酪農学園大学の学生が育てた黒毛和牛・短角牛・豚・羊をイオン北海道(株)で販売しています。こ

れは、北海道コカ・コーラボトリング(株)のお茶製品(やかんの麦茶や爽健美茶)の製造工程で出てくる茶かすを原料に、コカ・コーラ社と酪農学園大学が共同開発した飼料を与えて育て、東日本フード(株)が買い取り、イオンの店頭にて販売する共同の取り組みです。

計算方法: 北海道エリア営業部販売数量 ÷ 北海道エリア人口 × 1人当たり食肉消費量



食糧自給率向上、持続可能な畜産業への挑戦

日本ホワイトファームグループでは、自社農場から出た鶏糞を堆肥として地元北海道の農家へ提供しています。また、北海道玄米を鶏の飼料として与えて開発した北海道産鶏肉「北のこめっこ®」を2023年4月より発売しました。

日本クリーンファーム(株)では、豚の農場で発生する糞尿を肥料化し、畑へ散布しています。そこからできた小麦の一部を飼料として活用しています。国産豚肉「麦小町®」においても一部飼料として活用することで、持続可能な畜産業に挑戦しています。



帯広畜産大学との包括連携協定の締結

詳細は「ニッポンハムグループの挑戦」(P.15)をご覧ください。